



L'Agència Catalana de Notícies, una de les principals apostes del Govern a l'hora d'articular un espai català de comunicació, compleix una dècada d'existència. L'ACN arriba a aquest aniversari amb bona salut i amb ganes de seguir creixent. La seva manera de treballar està basada en les noves tecnologies, en una estructura lleugera, en el teletreball i en la figura del periodista polivalent. Tot plegat, una agència jove i moderna al servei de la vertebració informativa del país.

El model ACN compleix deu anys

Xènia Bussé

Fotos: Sergio Ruiz

En el principi hi hagué la paraula, la de Ramon Barnils. A principi dels anys vuitanta del segle passat, en ple procés de recuperació de la Generalitat de Catalunya, Barnils va començar a assenyalar de manera insistent una obvietat en la qual ningú havia pensat: Catalunya, si ha de ser un país normal, ha de tenir una agència de notícies pròpia. Ell ho va dir i ho va repetir a tort i a dret, per ràdio i en diversos articles. I molts professionals i ciutadans hi estaven d'acord, és clar. Però les urgències històriques i l'estratègia del primer govern de la Generalitat en aquelles dates, amb Jordi Pujol al capdavant en el seu primer mandat, anaven a cobrir dos elements que es consideraven prioritaris: una televisió i una ràdio en català.

Barnils ja ho deia, un cop més, a *El Temps* el 1998: "Totes (les agències) perden diners, com la sanitat i l'ensenyament per a tothom. Com les radiotelevisions 'públiques'. Fa uns anys el senyor Prenafeta ja es gastà uns centenars de milers de les nostres pessetes en un estudi com aquest, concretament d'una empresa de Sabadell, situada al passeig dels Semaïers. L'estudi va dir la veritat, una agència de notícies és deficitària. Prenafeta –i els seus– van tenir excusa per no fer-la. L'agència ens hauria valgut cada any una desena part del que llavors ens costaven la ràdio i la te-

levisió públiques. Però els vots són els vots, per cars que siguin, mentre que la informació és només informació, per barata que resulti."

Quan tot just acabem de festejar vint-i-cinc anys de Catalunya Ràdio i TV3, enguany l'Agència Catalana de Notícies només celebra els seus deu anys. Tornem, però, als orígens. A finals de 1998, els periodistes gironins Carles Puigdemont i Xavier Fornells, van posar definitivament fil a l'agulla, portant a la pràctica els neguits tan repetits per Barnils. Primer, es creà el Consorci local i comarcal de comunicació, constituït per confeccionar i optimitzar estructures informatives, de producció, d'implantació de noves tecnologies, de comercialització, de formació i d'anàlisi als mitjans de comunicació de proximitat. El consorci, que té personalitat jurídica pròpia, va rebre l'impuls de les diputacions de Lleida, Girona i Tarragona i de diversos ajuntaments i consells comarcals.

Més tard, el 1999, el Consorci va constituir una societat anònima, Intracatalònia, que oferia com a servei principal l'Agència Catalana de Notícies. Cap a l'any 2000, les empreses Inversiones Hemisferio, del grup Planeta, van entrar a la societat, així com Invercartera, de Caixa Catalunya. El 2002, però, TVC Multimèdia, empresa filial de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió



Dues redactores de la redacció de l'Agència Catalana de Notícies (ACN) de la Via Laietana, que va inaugurar-se el 2005.

va adquirir-ne el 51% i, el 2005, es quedà amb el 100%.

L'Agència Catalana de Notícies comença a funcionar en fase de proves el febrer de 1999 i el setembre del mateix

La primera agència catalana de notícies va néixer a Girona i aposta des dels seus inicis per les noves tecnologies

any engega definitivament. Les particularitats de l'ACN, en el moment de la fundació són diverses i això mateix en determina la personalitat: és la primera agència catalana de notícies, es funda a Girona, té com a objectiu primer la vertebració informativa del país des dels mitjans de proximitat i aposta de ma-

nera absoluta per les noves tecnologies: l'ACN serà digital, i a través de la xarxa d'Internet, o no serà. Tenim doncs, que l'ACN comença a donar servei a qui més el necessita i menys rep de les agències tradicionals (bàsicament EFE i Europa Press) com són els diaris, setmanaris i publicacions i les ràdios de fora l'àrea metropolitana barcelonina. Per això, l'ACN compta amb acords amplis amb l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal, l'Associació Catalana de Premsa Gratuïta. I a un altre nivell, l'ACN comença a proveir institucions i empreses, essent un dels primers convenis que se signen el de l'Associació Catalana de Municipis i Comarques.

Selecció diària

Els internautes poden consultar cada dia les notícies sobre temes de comunicació que l'ACN selecciona per al nou web del Col·legi de Periodistes, estrenat mesos enrere (www.periodistes.org). A primera hora del matí l'ACN resumeix pel web els principals temes de les portades de diaris, mentre que al llarg del dia envia informacions del sector periodístic. Els teletips d'ACN són una síntesi de la notícia que tenen el valor afegit d'anar acompanyat d'àudios i fotografies.

Una peça de l'espai català de comunicació

L'Agència Catalana de Notícies ha tingut diverses vides. Tot i que va començar a partir d'una iniciativa privada, encara que amb personalitat i impuls públic gràcies a les diputacions de Lleida, Tarragona i Girona (llavors en mans de CiU), l'accionariat de l'empresa que la gestiona, Intracatalònia SA, ha tingut diferents titularitats. El 2002, després de la breu etapa en què Planeta va tenir-ne la gestió, TVC Multimèdia, empresa filial de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió va adquirir el 51 % d'Intracatalònia i, el 2005, es quedà amb el 100%. Som ja a l'era Maragall. La Secretaria de Mitjans de comunicació, aleshores a Presidència, treballa decididament per situar l'ACN en el mapa comunicatiu de Catalunya. Per això es comença a dotar l'agència dels recursos necessaris perquè sigui possible. Començant per la plantilla, que havia quedat reduïda a dotze treballadors, i continuant perquè tingués una seu a Barcelona, que s'inaugura el novembre de 2005 sota la direcció de Joan Majó a la CCRTV.

A l'octubre del 2006 el Govern autoritza una transmissió d'accions d'Intracatalònia, SA, a títol gratuït, en virtut de la qual el 70% del capital passa a mans de Presidència (llavors provisionalment en mans de Joaquim Nadal per causa de la sortida d'ERC del Tripartit) Això permet a l'agència tenir garantida una inversió del Govern fins al 2009 amb gairebé deu milions d'euros. El 30% que resta queda en mans de la CCRTV.

Mesos abans, a les portes de la campanya electoral al Parlament del 2006, ERC presentava el programa de prioritats en matèria de mitjans de comu-

nicaió. L'ACN n'era una. Per Puigcercós, "ha de ser l'agència de notícies referència de Catalunya". Després de les eleccions, el govern va tornar a ser per al tripartit, amb Montilla de president. A ERC li atorguen la conselleria de Cultura i hi va traslladar els Mitjans de Comunicació.

Al capdavant de la conselleria hi haurà Joan Manuel Tresserras, doctor en Ciències de la Informació, qui ja havia reivindicat una agència de notícies en clau catalana des de la universitat –juntament amb Salvador

El Govern tripartit ha apostat fort per treure-li l'etiqueta d'agència 'de comarques' i fer-la un referent nacional

Cardús– així com en la seva època com a conseller del CAC.

El desembre del 2006, Albert Sáez era nomenat secretari de Mitjans de Comunicació. Al febrer del 2007 Saül Gordillo –amb una llarga trajectòria a *El Punt*– es converteix en el nou director de l'ACN, en substitució de Joan Besson, que passaria a ser director de la televisió d'Andorra. Al maig Tresserras i Sáez signaren un acord amb l'agència ANSAMED per a la

El conseller Tresserras ja havia reivindicat una agència de notícies catalana des de la universitat i en la seva època al CAC

col·laboració i l'intercanvi de continguts entre l'ACN i l'agència italiana. Era una mostra del que Tresserras i el Govern tenien en ment per tal que abandonés l'etiqueta d'agència "de comarques" per convertir-se definiti-

vament en l'agència nacional amb projecció internacional.

Sáez és nomenat president del Consell de Govern de la CCMA i Carles Mundó, fins aleshores cap de Gabinet del conseller Tresserras, passa a convertir-se en el secretari de Mitjans de Comunicació i, per tant, a actuar també de president de l'ACN. Per Mundó, "l'aposta del Govern, respon a una lògica nacional. En cap cas l'ACN pot ser l'instrument de cap partit ni s'hi pot identificar de cap manera. Des del 2005, el 100% del capital de la societat que

gestiona l'agència té titularitat pública i, per tant, és feina de l'Administració catalana convertir-la en una

peça fonamental per enfortir l'espai català de comunicació". Segons Mundó, "en l'actualitat, l'ACN compta amb un gruix de clients suficient per a la seva subsistència, uns 220, i, atesa la seva varietat –serveix notícies, àudios, vídeos i fotografies a la majoria de mitjans locals, comarcals i nacionals– s'ha convertit en un referent per a tothom". "Els orígens i la dinàmica de l'ACN –prossegueix– converteixen l'agència en la més preparada per produir continguts en diversos formats i per fer front als reptes i col·laboracions més diversos. Pel que fa a la internacionalització de l'agència, es farà sobretot a partir d'acords amb altres agències, ja que no disposem de recursos suficients com per muntar una xarxa de delegacions o corresponsals arreu del món."



Saül Gordillo, director de l'ACN, Oriol Burgada, sotschap de redacció, i Anna Nogué, sotsdirectora, durant una entrevista a Joaquim Nadal.

APOSTA TECNOLÒGICA

Com ja hem assenyalat, l'aposta per les noves tecnologies per part de l'ACN no és només una tria visionària sinó una decisió motivada pel realisme. Una agència basada en Internet permet dotar-se d'una estructura lleugera, amb el teletreball com a eina bàsica. La redacció fundacional és a Girona i per tot el territori s'estableix una xarxa de redactors connectats amb la central que s'ocupen de treballar la informació per zones. L'ACN compta aviat amb una seu a Barcelona i allí treballaran els periodistes especialitzats en àrees temàtiques que cobriran per als mitjans perifèrics els temes que es decideixen a la capital però que tenen transcendència directa a nivell territorial.

Saül Gordillo, actual director de l'ACN, recorda les suspicàcies que el "model ACN" va generar en els orígens: el periodista arribava al lloc de la notícia o a la roda de premsa amb una motxilla d'on treia un portàtil, una càmera foto-

Un únic periodista fa fotos, enregistra veu i imatge i finalment escriu i envia la informació sense passar per la redacció

gràfica digital, una càmera de vídeo i un MiniDisc. Així, un únic periodista fa fotos, enregistra veu i imatge i finalment escriu i envia la informació sense passar per la redacció. "Fa deu anys", recorda Gordillo, "els periodistes de l'ACN feien, a més, pedagogia tecnolò-

gica i demanaven a les institucions que els comunicats de premsa s'enviessin per correu electrònic i no per fax...".

El periodista de l'ACN és, a més d'un membre d'una redacció virtual, un professional polivalent. Al principi l'ACN

ja preveia que els textos anessin acompanyats de documents adjunts: talls de veu enregistrats en MiniDisc i fotografies digitals. El món de la imatge és la que ha sofert més canvis: si, fa deu anys, enviar fotografies per Internet es feia, però amb una qualitat no del tot resolta; avui, la banda ampla permet la difusió d'imatges que es poden reproduir en qualsevol suport. Pel que fa al vídeo, en l'actualitat,



Un punt de vista diferent

Jaume Clotet, subdirector de l'ACN dedicat a l'àrea internacional, explica com el referent nacional ha esdevingut el punt de vista des del qual s'elaboren les informacions. "El punt de vista català per explicar el món és una obvietat a l'ACN i ho fem per convicció però també per necessitat, ja que és una agència petita i jove, a Europa n'hi ha que tenen més de 150 anys. Ara mateix, estem centrats informativament en temes que, majoritàriament, passen a Catalunya però també ens interessen les qüestions que, des de qualsevol punt del món, afecten i interessen el nostre país". "D'aquí a un temps –prosegueix Clotet– ja serem capaços d'informar sobre què fa l'Obama, tant si el tema afecta Catalunya o no. Es tracta d'una línia que ara podríem dir que és ideològica o de llibre d'estil, encara que el que tractem és normalitzar el discurs normal, valgui la redundància. Si l'ACN diu 'el president' és clar que és en Montilla. Zapatero no és 'el president' sinó 'el president espanyol'".

A la redacció de l'ACN és habitual veure-hi càmeres al costat dels redactors.

l'ACN disposa d'un sistema propi que permet als seus clients baixar d'Internet les imatges de vídeo gairebé en temps real, amb una qualitat òptima per ser emeses per televisió. La transmissió de notícies per SMS als telèfons mòbils és un altre servei que fa deu anys no s'imaginava. Ara mateix, l'Agència estudia desenvolupar continguts informatius per al mòbil. Saül Gordillo explica que l'habilitat

dels periodistes de l'ACN a l'hora d'utilitzar els diversos ginyes tecnològics dels quals disposa no és res si no va acompanyada d'una altra habilitat: la polivalència pel que fa als temes i l'adaptació mental per projectar la informació a través de les diferents plataformes. Per això, els periodistes reben una formació especial en fotografia i vídeo. Tenen, a més, un assessorament lingüístic en línia, cosa que facilita l'edició posterior

de les notícies, ja que els textos no han de passar per una correcció abans de ser difosos.

Actualment, treballen a l'ACN un total de cinquanta-vuit periodistes en plantilla més una vintena de col·laboradors. N'hi ha dos a Madrid i dos més a Brussel·les. Gordillo assenyala que en el futur immediat l'ACN s'obrirà al món. A més de comptar amb més periodistes a l'estranger, l'Agència comença a tre-



L'Agència Catalana de Notícies compta amb més de dos-cents clients, tot i que la seva presència a les Balears i València és minsa.

ballar la imatge que difon del nostre país a tot el planeta. Així, i tot i que ja en l'actualitat l'ACN col·labora amb l'agència ANSA d'Itàlia i LUSA de Portugal, també està previst créixer més en aquest sentit. Gordillo reconeix també que les Balears i el País Valencià continuen essent les assignatures pendents de l'ACN, ja que, malgrat que hi tenen delegats, no hi disposen d'un gruix de clients.

En l'actualitat els clients de l'ACN passen dels 220 i, de moment, no hi ha baixes. Entre aquests hi ha els principals mitjans de comunicació del país, institucions i empreses. Es preveu que les notícies per a la televisió i per mitjans digitals creixeran en els pròxims anys perquè cada cop hi ha més de-

manda. El director de l'agència indica que ben aviat es produiran vídeos amb locució per a les televisions locals o regionals (en aquest sentit a finals de març es va signar un acord amb Comu-

Es preveu que en els propers anys creixi la demanda de les notícies que ofereixen per a la televisió i per a mitjans digitals

nicàlia) i també per a les diverses emissores de la TDT, ja que amb l'actual situació econòmica tindran problemes per produir determinats continguts. L'actual recessió econòmica no espanta Gordillo: "Estem acostumats a treballar amb totes les dificultats conjunturals possibles. El control de la despesa i

l'aprofitament de tots els recursos han estat sempre constants per nosaltres. Per això afrontem aquests temps dolents amb ànim i més empena que mai." Així, i en temps de vaques magres,

Gordillo té entre les principals preocupacions que els periodistes de l'ACN tornin amb convenciment a les fonts de l'ofici: el periodisme que tre-

pitja el carrer. "Els redactors que no s'acontentin a cobrir una roda de premsa i ja està. Els temes que s'han de tractar són vius i estan esperant que els analitzem i els expliquem als ciutadans. La llei de la dependència, de l'habitatge. Això la gent ho viu cada dia. I ho hem d'explicar." **[4]**